
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПАНДЕМИЯ В ТУРИЗМЕ ИЛИ ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ОТРАСЛЬ

Сушкова Наталья Сергеевна, канд. экон. наук

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж, Россия, 394018; e-mail: sns@vrn-tc.ru

Цель: в статье представлен авторский взгляд на состояние туристской отрасли в период пандемии и ее влияние на дальнейшее развитие. COVID-19 нанес серьезнейший урон по всем отраслям экономики, но одной из наиболее пострадавших считается именно туризм. Правительство максимально приняло все возможные меры поддержки для спасения отрасли. Но ситуация с каждым днем ухудшается. С начала 2022 года наблюдается активный уход с рынка туроператоров, несмотря на открытие перспективных турнаправлений и возобновление работы. Наблюдается не только российская, но и общемировая тенденция, что позволяет считать проблему текущего состояния туризма «пандемией экономики туризма». Изучение аспектов данного нового явления стало целью настоящего исследования. *Обсуждения:* ситуация в туризме отражается и на общем уровне ВВП, ухудшает положение занятости населения и уровня заработной платы. Привычные эффективные инвестиционные стратегии подвержены постоянным изменениям и направлены на поддержание текущего состояния турпредприятий. *Результаты:* спрос переориентирован в сторону внутреннего туризма как по причине безальтернативности направлений, так и по причине постковидного восстановления.

Ключевые слова: туризм, COVID-19, инвестиционная стратегия, туристический бизнес.

DOI: 10.17308/meps.2022.2/2781

Введение

Туризм оказался в самом эпицентре событий, связанных с пандемией новой коронавирусной инфекции. Пострадали все направления бизнеса, которые каким-либо образом связаны были с ним. Откат в далекое прошлое по экономическим показателям требует пристального внимания для восстановления текущей рыночной ситуации как на въездно-выездных потоках, так и на внутреннем рынке. Именно пристальное внимание к последнему позволит сохранить отрасль как одну из наиболее инвестиционно- и трудопривлекательных. В связи с этим целью статьи стала оценка экономических эффектов в результате падения туристского спроса для определения перспектив

развития туризма, для чего были выявлены тенденции его развития, выполнен анализ регулирования им на современном этапе, рассчитаны эффекты для экономики от сокращения туристского потребления, определены приоритеты развития сектора в ближайшем будущем. Значимость исследования заключается в определении стратегических направлений для сохранения высокого потенциала туристской отрасли в Российской Федерации.

Основная часть

Как известно, термин «пандемия» образован от греческого πανδημία «весь народ», и если эпидемия имеет границы, то пандемия охватывает весь мир. Именно весь туристический мир пострадал экономически от появления новой коронавирусной инфекции. Учитывая, что введены ограничения на въезд, при этом в некоторых странах были периоды ограничений временного внутреннего перемещения, вводился период локдауна и массовой самоизоляции, от этого экономика туризма беспощадно страдала. На текущий момент даже с учетом открытия ряда направлений, в том числе одного из наиболее популярных, таких как Египет, ситуация остается достаточно напряженной. Государства вводят постоянно меры, препятствующие развитию инфекции, подстраиваясь под тенденции активности того или иного штамма, ориентируясь на текущую эпидемиологическую обстановку местности.

1. Туризм и супраструктура. Мощнейший удар был нанесен по таким направлениям экономики туризма, как транспорт, отели, турагентская деятельность, санаторно-курортная деятельность, общепит. Особенностью отрасли можно считать специфическое разделение продукта на основной и вторичный. Отметим, что под вторичным продуктом следует понимать видоизменение или влияние основного продукта, при котором не разрушается целостность или социально-культурная значимость основного турпродукта, а рождается его функциональное дополнение. Это, как правило, продукт взаимодействия с супраструктурой [10]. В качестве примера могут служить многофункциональные карты ISIC, дополнительное экскурсионное обслуживание и т.п. Вторичный продукт, безусловно, не является основной целью туристского предприятия, но призван решать следующие задачи: увеличение доходов предприятия, расширение каналов реализации основного продукта, повышение конкурентного статуса, улучшение имиджа, выполнение функции продвижения основного продукта на рынке и т. п. Отсюда можно сделать выводы, что потери туристской отрасли влекут за собой не менее глобальные потери ее супраструктуры.

Согласно данным Всемирной туристской организации, сокращение экспортных доходов от туризма в 11 раз превысило потери от глобального экономического кризиса 2009 г., что позволило назвать 2020 г. худшим для туризма за всю историю наблюдений [4]. Каждое из вышеупомянутых направлений отрасли было отнесено одним из первых постановлений правительства в борьбе с коронавирусной инфекцией к наиболее пострадавшим. В 2020 г. Ростуризм как структура, отвечающая за развитие туризма

в России, перешла в прямое подчинение правительству, что значительно расширило ее полномочия в части разработки государственной политики в этой сфере, а также улучшила координацию реализации ее приоритетов. Потери, понесенные российской туристической отраслью в результате влияния коронавируса, оценены Ростуризмом в 1,5 трлн руб., при годовом обороте в 3,7 трлн руб. в докризисный период. Следует отметить, что в научной литературе количественной оценке влияния пандемии COVID-19 на туризм в России и экономику в целом не уделено достаточного внимания.

2. Занятость и инвестиции. Современный рынок труда туризма привел к кардинальным трансформациям, поскольку практически по всей России был введен режим самоизоляции, финансовые ресурсы потребителей сократились. Потребность в безопасности и охране здоровья, экономическая стабильность стали на уровень выше, чем туристские потребности. Исследования регионов России аналитиками «Strategy Partners» показывали еще в допандемийном периоде, что при рациональной инвестиционной стратегии в период финансового кризиса прогнозируемый социально-экономический эффект от туризма – общий рост выпуска в экономике превышает рост выпуска в отрасли туризма в 2,8 раза в результате мультипликативного эффекта, а общий объем занятости в экономике на каждые 100 млн руб. Нужно учитывать, что на отрасль приходилось до 5% занятости в стране и по рейтинговым оценкам степени развития туризма РФ входила в топ-десять.

Поэтому текущее состояние рынка труда можно считать катастрофическими социально-экономическими потерями, количественное выражение, которых просчитать на сегодняшний день проблематично. Ростуризм [4] свидетельствует о потерях семи миллионов штатного персонала туристской сферы и ее супраструктуры. Ростуризм неоднократно своими цифрами подтверждает, что туристские проблемы отражаются на экономической ситуации в стране в целом. Убытки по въездному туризму насчитывают около 300 млрд руб. ежеквартально. Кадровые потери за 2020 год составили, по предварительным подсчетам, 214 тыс. чел., фонд заработной платы – 34,7 млрд руб. По оценке АТОР порядка 50 тыс. чел. были вынуждены сменить область своей деятельности, отказавшись связать ее со сферой туризма. Следует отметить, что 25000 чел. ранее являлись сотрудниками турагентств [6].

Акции большинства авиакомпаний выросли в предыдущем году в надежде на туристический прорыв, но появился штамм «омикрон». По словам Питера Макнелли [4], из исследовательской фирмы Third Bridge Group, пока омикрон продолжает инфицировать людей, прошедших вакцинацию, а карантинные ограничения остаются в силе. Согласно аналитическим данным Bloomberg [13], который в свою очередь ссылается на Международную ассоциацию воздушного транспорта (IATA) – риск заразиться в самолете штаммом коронавируса «омикрон» в два-три раза выше, чем ранее активным штаммом «дельта». Ожидается, что авиаперевозчики будут страдать от нехватки персонала и дальше. А значит, задерживаться и сниматься с расписа-

ния будут и рейсы из-за высокого уровня заболеваемости полетного состава. Они, сталкиваясь с большим количеством туристов, страдают в первую очередь. По данным FlightAware [4], только на рождественские праздники были отменены уже 4,3 тысячи рейсов по всему миру. Немецкая Lufthansa сообщила об отмене около 10% от запланированного объема полетов. В США лидерами по отмене рейсов оказались компании Delta, United и Jet Blue. В Китае авиакомпания China Eastern Airlines. Акции American Airlines Group Inc, United Airlines Holdings Inc и Delta Air Lines Inc упали примерно на 1% на торгах в дни активной отмены рейсов. Случаи заражения коронавирусом выявлены почти на 70 круизных лайнерах, куда допускают только привитых туристов. Среди них, например, оказалась Carnival Freedom, акции которой тоже упали на 1,1% после новостей о ковид-зараженных путешественниках на борту. Norwegian Cruise Line Holdings и Royal Caribbean Cruises Ltd потеряли порядка 2%. Котировки туристических фирм Expedia Group Inc и Tripadvisor Inc снизились на 1-1,6%.

Реальные инвестиции страдают еще больше, хотя лаг проявления последствий более продолжительный. Инвестирование в туризм всегда было достаточно привлекательным, поскольку это одна из отраслей, способная превращать культурное наследие в финансовые потоки. Принято считать, что на 1 рубль вложений в туризм приходится 4 рубля дохода.

3. Смена инвестиционных целей. Российские ученые все ставки делают только на внутренний рынок. Так, А.А. Яковлевым с соавторами отмечается, что ограничения на международные туры способствуют выстраиванию связей между федеральными и региональными органами власти и бизнеса [12].

Следует отметить, что стратегические инвестиционные цели туристского предприятия неразрывно связаны с экономическими целями. Их можно разделить на группы: предметные, результативные и финансовые (табл. 1).

Таблица 1

Основные экономические цели туристского предприятия

Предметные	Результативные	Финансовые
Вид и структура производства и реализации. Количество производимого и реализуемого туристского продукта. Производственные мощности. Качество. Местоположение. Каналы реализации. Позиции на рынке сбыта	Объем и структура оборота. Прибыль и рентабельность. Величина и структура издержек производства. Размер вновь созданной стоимости. Распределение прибыли	Платежеспособность. Объем и структура ликвидных ресурсов. Располагаемая прибыль. Структура капитала. Структура и объем инвестиций и финансирования. Добавленная стоимость

Источник: [составлено автором 10, с. 122]

При этом следует учитывать положительные и отрицательные факторы воздействия экономики на отрасль и воздействия реализации туристских финансово-инвестиционных стратегий на экономику в целом (табл. 2).

Таблица 2

Взаимодействие туризма и экономики

Экономические факторы воздействия на туризм		Туристские факторы воздействия на экономику	
Положительные	Отрицательные	Положительные	Отрицательные
Рост реального дохода граждан. Равномерное распределение местного бюджета. Влияние курса валюты на туристский спрос	Экономические кризисные явления. Политическая нестабильность. Изменения на валютном рынке	Создание национального дохода. Увеличение доходов на этапе развития. Создание дополнительного спроса. Приток иностранной валюты	Сезонность потоков. Диспропорция в экономике и занятости. Инфляционный рост на определенные продукты и услуги

Источник: [составлено автором 10, с.123]

Эксперты придерживаются мнения, что в развитых странах туризм дает в среднем 5-7 % ВВП. Например, доля туризма в ВВП ЕС в допандемийный период соответствовала в среднем 5,5%, При этом на долю Российской Федерации приходилось около 1% мирового туристского потока. Наступление пандемии, согласно данным статистического бюллетеня Росстата [12], сократило показатели в разы (рис. 1).

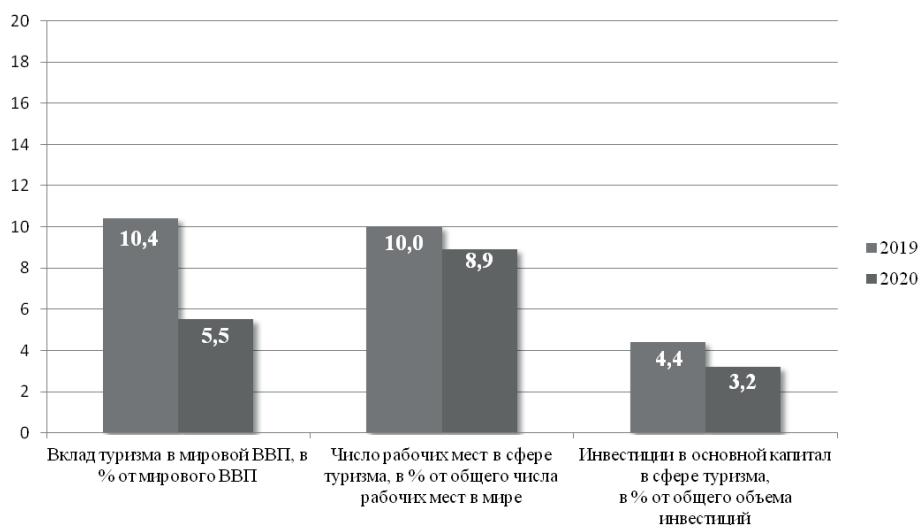


Рис. 1. Динамика падения основных показателей в туризме 2020 г. [2]

Доля сферы путешествий и туризма в ВВП страны всего лишь за один год пандемии упала фактически наполовину, несмотря на все возможные меры поддержки со стороны государства, Россия заняла 16-е место в мире. Сократив объемы с 75,5 до 41,1 млрд в 2020-м относительно 2019 года [2].

При этом страх перед заболеванием был не столько препятствием для путешествий, как ограничительные меры со стороны государств снижали туристские потоки ради безопасности резидентов. На рис. 2 представлена диаграмма выездного турпотока 2020 года РФ, а на рис. 3 отражена мировая тенденция.

Численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами в зарубежные туры по основным направлениям в 2020 году, тысяч человек

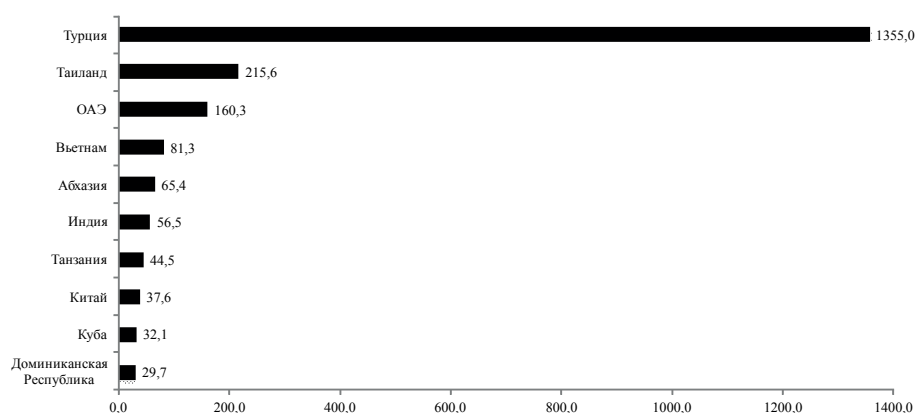


Рис. 2. Выезды туристов РФ в 2020 г. [2]

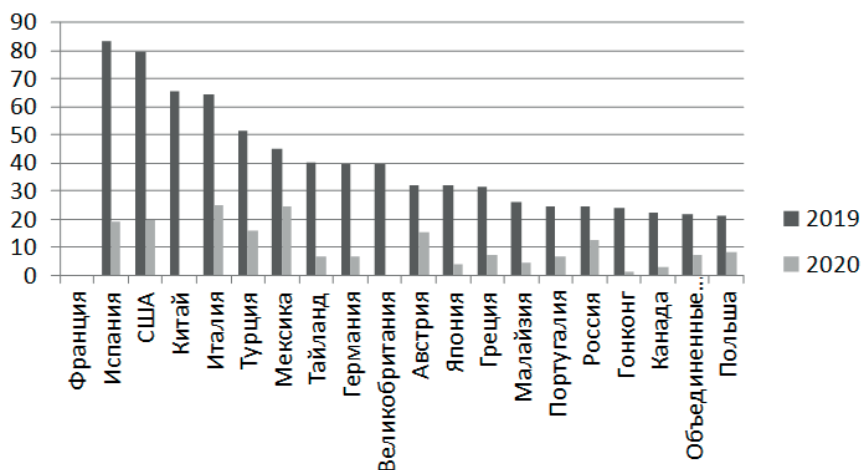


Рис. 3. Составлено автором на основании [2]

Согласно рейтингу популярности турнаправлений РФ занимает шестнадцатое место. Радует то, что свои позиции не уступила в 2020 году по

отношению к предыдущему. Но сложившаяся ситуация вынудила рынок изменять инвестиционные цели и переориентировать стратегии в сторону внутреннего туризма.

4. Коллапс туроперейтинга и меры поддержки внутреннего рынка. Если до начала пандемии невзирая на несовершенство рынка и регулярные потери туроператоров, связанные как с финансовыми колебаниями 2009 года, уход игроков 2012 года, масштабные банкротства 2014 года, средние показатели наличия ведущих компаний сохранялись примерно на одном уровне и даже имели тенденции развития (табл. 3).

Таблица 3

Количество зарегистрированных туроператоров в Едином федеральном реестре по годам, согласно данным АТОР

	2010	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Количество туроператоров в ЕФР, ед.	4 593	4 275	4 202	4 467	4 553	4 426	4 613	4 298
Внутренний туризм, ед.	1 858	2 626	1 616	1 475	1 456	1 323	1 259	1 243
Международный въездной и выездной туризм, ед.	2 169	1 649	899	2 992	3 097	2 814	3 130	2 436
Международный въездной туризм, ед.	566	161	175	190	207	234	224	192

Источник: составлено автором с использованием [2]

Стоит заметить, что доля внутреннего туризма тоже утратила свои позиции, но тем не менее за счет мер поддержки государства желание туроператоров выездного направления остаться хотя бы на внутреннем рынке туризма показала кратковременную оправданность принятых мер. В допандемийный период агентский рынок составлял 4/5 доли отрасли. АТОР свидетельствует, что только за 2020 год 0,3 агентского рынка прекратило существование, поскольку работало прежде всего на выездной поток. По предварительным оценкам, 1/6 агентского рынка изменила специфику работы, отказавшись от наличия офисного помещения или объединившись с неконкурентными направлениями. Так же имеются примеры появления офисных площадок, где ранние конкурирующие агентства работают на свою клиентскую базу, но разделяют арендные платежи с такими же пострадавшими от пандемии агентствами.

В конце 2021 года Ростуризм предупредил правительство, что в случае продолжения работы с действующей системой финансовых гарантий и сохранения «правил туроператорской игры» рекордный уровень банкротства в первую половину текущего года неизбежен. Практика показала еще в доковидный период, что вслед за обанкротившимся туроператором с рынка

уходит и его страховщик. В итоге туристы остаются ни с чем, а у туроператоров – безрезультатный отъём, итак недостающих в условиях пандемии, финансовых ресурсов. Страховые компании подтвердили, что они реально могут покрыть потребности туроператоров в пределах трех млрд руб., а это, к сожалению, менее половины потребности рынка на текущий год. У туроператоров имеются громадные другие финансовые обязательства в пополнении разнообразных фондов. Только за январь 2022 года из перечня туроператоров вычеркнуто более 50 компаний, большинство из них не подали сведений о финансовом обеспечении на предстоящий год.

Клиентами постоянно аннулируются поездки, переносятся даты. Это связано как с закрытием направлений, так и болезнью самих туристов. Следовательно, туроператорам приходится агентствам перечислять денежные средства обратно, а те, в свою очередь, клиентам. Но туроператоры могли уже осуществить платежи и принимающей стороне и авиаперевозчикам, в связи с этим начинаются колоссальные финансовые колебания денежных потоков на всех уровнях туробслуживания. При этом туристы привыкли считать свои деньги, а курс рубля тоже имеет место колебаться. Появились обязательные дополнительные и при этом неоднократно платные (по отъезду – по приезду и обратно так же) ПЦР-тесты с укороченным сроком действия до 48 часов (первоначально 72 часа), при этом зачастую страховки не предполагают оплату платного пребывания в госпиталях и возврат в иные сроки без компенсации отдыха. И когда клиенту приходится из-за переноса доплачивать суммы больше, чем они планировали изначально, то это тоже приводит к отказу от туров. В данной ситуации опять же страдает в первую очередь туроператор.

Перспективы туроперейтинга не особо привлекательные, а доля самостоятельного туризма явно будет возрастать с ростом потребности внутреннего рынка. Это как результат безальтернативности. А потребность вызвана новыми условиями: необходимость оздоровления после перенесенного заболевания, желание восстановить здоровье за счет повышения эмоционального качества жизни, финансовая доступность направлений посредством реализованных кешбэк-программ от туроператоров и поддержка банковского продукта «МИР». На субсидирование направлений внутреннего туризма (туристический кешбэк) в 2020 году было выделено 15 млрд руб.

Достаточно эффективным инструментом стала программа кешбэк, предоставляющая возможность получить 20% от стоимости поездки по России на карту «Мир», которой турист оплатил отдых онлайн. В предыдущий год программа оправдала себя в низкий сезон, поэтому в 2022 году запланированные сроки турпоездок в период 18.01.2022-30.04.2022. Для круизов пролонгирован период до 1.06.22. Ограничения по возвратам на карту за одну сделку не должны превышать двадцати тысяч рублей, но получить их можно за безлимитное количество бронирований.

Отлично показали и иные программы, инициированные в Ростуризм-

ме. Спасением для туроператоров стало субсидирование ряда чартерных направлений. Например, за позапрошлый год Калининград принял на 30 тыс. больше потока, за счет турпакетов, сформированных туроператорами и просубсидированных правительством авиарейсами.

При этом государство сдержало обещания, и турпредприятия, показавшие свою качественную историю на рынке до наступления экономики пандемии, получили фактическую поддержку в форме: беспроцентных кредитов (государство финансировало заработную плату сотрудников при поддержании баланса работы и списочной численности сотрудников) на текущие нужды, были реальные налоговые каникулы, далее пошли кредиты под выгодные процентные ставки с полугодовыми отсрочками платежа, запретили проверки, налоговые отсрочки и снижение страховых взносов, мараторий на банкротство и т.д. Анализируя ситуацию, становится понятно, что рынок без таких мер поддержки не справился бы и не смог бы существовать на том уровне развития, который есть на данный момент, можно было бы говорить о потере туристской отрасли в целом, а не отдельных ее составляющих.

Из оптимистических сценариев развития – долгожданный акцент на внутренний туризм. Хотя многие считают, что при полноценном функционировании выездов опять отрасль ощутит дисбаланс. В случае беспрепятственного перемещения все-таки будет скачок и резкий бум выездного турпотока. Он может составить порядка 20%. Здесь стоит обратить внимание на оценку спроса (табл. 4).

Таблица 4

Спрос на услуги внутреннего туризма

	Увеличение	Без изменений	Уменьшение	Баланс оценок
2015 г.				
I квартал	11	42	47	-36
II квартал	29	45	26	3
III квартал	34	36	30	4
IV квартал	16	32	52	-36
2019 г.				
I квартал	13	53	34	-21
II квартал	34	52	14	20
III квартал	39	46	15	24
IV квартал	12	42	46	-34
2020 г.				
I квартал	15	52	33	-18
II квартал	2	20	78	-76
III квартал	42	27	31	11
IV квартал	14	29	57	-43

	Увеличение	Без изменений	Уменьшение	Баланс оценок
2021 г.				
I квартал	13	61	26	-13
II квартал	29	51	20	9
III квартал	30	45	25	5
IV квартал	15	38	47	-32

Источник [2]

5. Концепция туристских расходов как элемент восстановления экономики отрасли. Ежегодно мы наблюдали активный прирост платных услуг населению. Судя по откату, «пандемия экономики туризма» вернула отрасль на уровень развития 2010-2012 гг. (рис. 4).

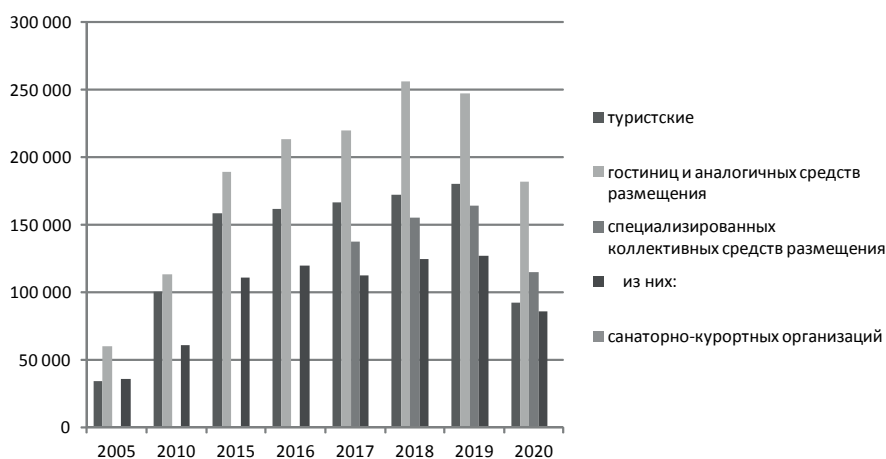


Рис. 4. Платные услуги населению в сфере туризма по годам, млн руб.: составлено автором с использованием [2]

Придерживаясь методических рекомендаций ЮНВТО, к подсчету показателя туристского расхода относят экономически значимые. Это прежде всего совокупная стоимость приобретенных товаров и полученных услуг при удовлетворении туристских потребностей для осуществления поездки. При этом фактические туристские расходы несет турист самостоятельно или член семьи, спутник, за которого он оплачивает. Бывают затраты покрываются издержками, которые покрывают лица, пригласившие к себе гостей. В любом случае это будет относиться к туристским расходам. Естественно, платежи по процентам, товары для дальнейшей реализации с целью заработка, меценатство и благотворительность к таковым считать не принято.

Учитывая, что сам турист всегда вовлечен в создание нового турпро-

дукта. Его впечатления выступают неким коэффициентом к прибавочному продукту. Поэтому туристские расходы следует рассчитывать заранее до наступления даты реализации тура. Объемы расходов до пандемии представлены в табл. 5 и на рис. 5.

Таблица 5

Туристские расходы по направлениям отдыха

Город	Основное направление туристских расходов	%, в общей доле трат
Стамбул	питание	33,6
Прага	питание	29,3
Сеул	шоппинг	56,5
Лондон	шоппинг	46,7
Осака	шоппинг	43,4
Токио	шоппинг	43,1
Париж	размещение	44,8
Милан	размещение	40,4
Рим	размещение	40,4

Источник: составлено автором на основании [7, с. 8]

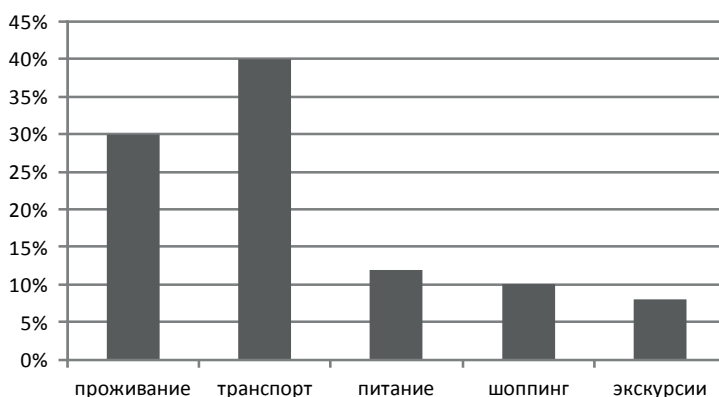


Рис. 5. Распределение туристских расходов в г. Москва

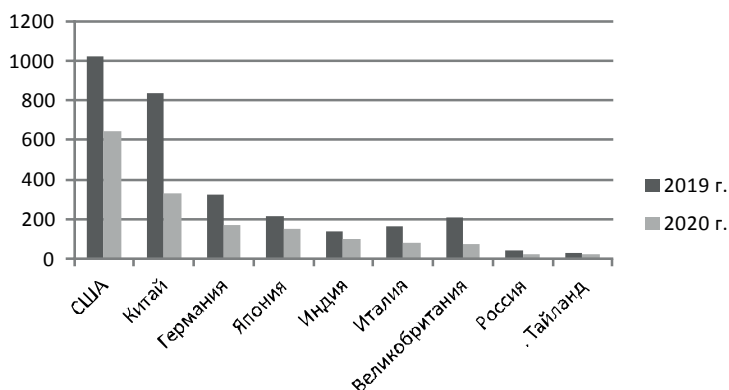


Рис. 6. Расходы резидентов: составлено автором на основании [2]

Если руководствоваться последней статистической информацией по данному вопросу, то можно сделать вывод, что расходы российских туристов снизились более чем на 43%, отражено на рис. 6. Практически половину бюджета пришлось сократить, а учитывая взаимосвязь показателей, можно сделать выводы, что экономика туризма терпит, пожалуй, худшие времена.

6. Региональный аспект. Каждый регион устанавливает свои правила пребывания. Так, например, в Воронежской области с 13.11.21 года, согласно указу губернатора, оставаться на карантин по приезду не нужно. Воронежская область открыта для туристов. Перемещение допустимо любым видом транспорта. Достаточно соблюдать стандартные меры предосторожности с использованием защитных средств. Людям старше 60 лет и людям с хроническими заболеваниями из перечня, установленного департаментом здравоохранения области, необходимо соблюдать самоизоляцию.

Снят запрет на посещение несовершеннолетними гражданами только в сопровождении родителей спортклубов, зоопарков и океанариумов, музеев, заповедников, кинотеатров, театров. Но запрет на посещение ими торговых центров сохраняется.

Общественный транспорт, каршеринг работает без ограничений. При заселении в объекты размещения необходимо предъявить ковид-сертификат о вакцинации или перенесенном заболевании COVID-19, отрицательный результат ПЦР-теста (действителен в течение 48 часов) или справку о медотводе.

Открыты все основные достопримечательности региона. Поэтому на примере одной области видно, что фактических препятствий для местного туризма нет. Значит, туристы могут при наличии QR-кода получить полноценный отдых.

Здесь, к сожалению, появляется новая проблема – неравенство регионов. Это объясняется разным уровнем привлекательности аттрактов, а так же степенью интереса инвесторов. Туризм развивается, ориентируясь на спрос и частные инвестиции. Государство может только поддержать и, возможно, частично стимулировать эти показатели. Плачевная ситуация лишила туристов иногда качественного продукта, к которому они привыкли в зарубежных отелях. При высоких стоимостях вынужденно заставила формировать спрос на турпродукт иногда несоответствующей заявленному уровню инфраструктуры, нарушая основное правило: ценность должна быть выше, чем цена. Согласимся с авторами, которые в качестве анализа ситуации заявляют: «...именно это «переключение спроса» демпфировало для туристической индустрии негативные последствия шока, порожденного пандемией. Однако большинство российских регионов было не готово к тому, чтобы обеспечить адекватные условия для приема значительного числа туристов» [12, с. 57].

Пожалуй, наибольшую «выгоду» от постковидных осложнений и мак-

симальную загрузку мощностей получил регион здравниц. Минздрав указал о необходимости восстановительного лечения, особенно тех, кто находился длительное время на ИВЛ. Но один минус – то, что в методических и клинических рекомендациях Минздрав так и не указал этот важный аспект. При этом программы ДМС и отдельные «ковидные» страховые пакеты действительно в случае наступления заболевания в постковидном периоде предоставляют реабилитацию в санаториях.

Санатории оперативно разработали соответствующие программы реабилитации, тем более что оснащение не требовало дополнительных мощностей. Они же отправили обращения и спецпредложения к туроператорам, но все же большую часть программ организывают через прямые продажи самостоятельно.

Исходя из последних интервью губернатора Ставропольского края, постковидную реабилитацию в санаториях Кавказских Минеральных Вод прошли уже 83 тыс. человек. Порядка 100 санаториев на сегодня имеют собственные программы, начиная от барокамер и заканчивая соляными пещерами, – то, что работает на восстановление легких. Планировали, что до 400 тыс. человек мы сможем в наших санаториях реабилитировать ежегодно.

Заключение

Подводя итог, следует отметить, что государственная поддержка, спасая отрасль, механически формирует искусственный спрос на внутренний туризм. С одной стороны, такой факт, как региональная туристская активность, не может не радовать. С другой стороны, появляются опасения поддержания текущего турпотока в случае снижения вируса до уровня сезонного гриппа, а не резкий его перепад в сторону вновь открытых зарубежных туров, зачастую с более развитой инфраструктурой. Туризм считался интересным инвестиционным направлением. Классическая взаимосвязь рентабельность здесь у инвесторов в будущем будет выглядеть в новом формате. Построение длинных инвестиционных стратегий впредь станет не актуальным, а значит, частные инвесторы должны видеть максимальные выгоды. Соответственно, капитал вновь начнет перетекать в более классические и высокосезонные турнаправления. Поэтому с уверенностью можно сказать, что COVID-19 – это не только медицинский диагноз, это новый экономический термин, породивший пандемию экономики туристской отрасли, итоги и результаты которой пока рано и порой невозможно спрогнозировать.

Список источников

1. Александрова А.Ю. *Статистика туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. А.Ю. Александровой.* Москва, Федеральное агентство по туризму, 2014.
2. Бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма-2021. Доступно: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 02.02.2022).
3. Идрисов А. *Стимулирование развития туризма в российских регионах* [Электронный ресурс] // Strategy Partners. Доступно: <http://www.strategy.ru/tourism-and-hospitality/> (дата обращения: 30.12.2021).
4. Информационный ресурс: ТУР-ПРОМ. Доступно: <https://www.tourprom.ru>.

ru/news/ (дата обращения: 02.02.2022).

5. Канаев А.С., Исламова М.М. Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в России // *Электронный научный журнал «Вектор экономики»*, 2021, по. 2. Доступно: <http://www.vectoreconomy.ru/index.php/nomer-2/ekonomika-i-upravlenie-predpriyatiem> (дата обращения: 02.02.2022).

6. Леонидова Е.В. Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в России // *Вестник Омского университета. Серия «Экономика»*, 2021, Т. 19, по. 3, с. 118-131.

7. Мутавчи Е.П., Семенова Л.В. Городской туризм – драйвер экономики впечатлений // *Наука и туризм: стратегии взаимодействия*, 2017, вып. 6, по. 4, с. 4-12.

8. Сушкова Н. Влияние кадрового потенциала на инвестиционную привлекательность в туризме // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2019, по. 6, с. 78-87.

9. Сушкова Н. Технологии продаж туристского продукта, ориентированные на экономику впечатлений // *Современ-*

ная экономика: проблемы и решения, 2019, по. 8, с. 50-63.

10. Сушкова Н.С. *Финансово-инвестиционная деятельность в туристической индустрии: учебное пособие*. Воронеж, Кварта, 2019.

11. ТАСС: 09.12.2021-12:10 // Постковидную реабилитацию на Ставрополье прошли 83 тыс. человек. Доступно: <https://tass.ru/obschestvo/13154437> (дата обращения: 09.12.2021).

12. Яковлев А.А., Балаева О.Н., Предводителева М.Д., Мисихина С.Г., Ершова Н.В. Кризис или новая реальность: влияние пандемии на российский сектор туризма // *ЭКО*, 2021, по. 5, с. 53-76.

13. Omicron May Double Risk of Getting Infected on Planes, IATA Says. Доступно: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-12-22/omicron-at-least-doubles-risk-of-getting-infected-on-a-plane> (дата обращения: 02.02.2022).

14. Rodríguez-Antón J.M., Alonso-Almeida M. d. M. COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain // *Sustainability*, 2020, Vol. 12, iss. 20. Art. 8599.

ECONOMIC PANDEMIC IN TOURISM OR IMPACT OF COVID-19 ON THE INDUSTRY

Sushkova Natal'ya Sergeevna, Cand. Sc. (Econ.)

Voronezh State University, University sq., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail: sns@vrn-tc.ru

Purpose: the article presents the author's view on the state of the tourism industry during the pandemic and its impact on further development. COVID-19 has caused serious damage to all sectors of the economy, but tourism is considered one of the most affected. The government has taken all possible support measures to save the industry. But the situation is getting worse every day. At the beginning of 2022, there is an active exit from the market of tour operators, despite the opening of promising tourist destinations and the resumption of work. There is not only a Russian, but also a global trend, which allows us to consider the problem of the current state of tourism as a «pandemic of the tourism economy». The study of aspects of this new phenomenon has become the purpose of this study.

Discussion: the situation in tourism is also reflected in the overall level of GDP, worsening the situation of employment and wages. Habitual effective investment strategies are subject to constant changes and are aimed at maintaining the current state of tourism enterprises. *Results:* demand is reoriented towards domestic tourism, both due to the lack of alternative destinations, and due to the post-COVID recovery.

Keywords: tourism, COVID-19, investment strategy, tourism business.

References

1. Aleksandrova A.Yu. *Tourism statistics: textbook / team of authors; ed. by A.Yu. Aleksandrova*. Moscow, Federal Agency for Tourism, 2014.
2. Rosstat Bulluten for the World Tourism Day, 2021. Available at: <https://rosstat.gov.ru/> (accessed: 02.02.2022).
3. Idrisov A. *Stimulating tourism development in Russian regions* [Electronic resource]. Strategy Partners. Available at: <http://www.strategy.ru/tourism-and-hospitality/> (accessed: 30.12.2021).
4. Information resource: TURPROM. Available at: <https://www.tourprom.ru/news/> (accessed: 02.02.2022).
5. Kanaev A.S., Islamova M.M. Impact of the COVID-19 pandemic on the tourism sector in Russia. *Electronic scientific journal «Economy Vector 2021»*, no. 2. Available at: <http://www.vectoreconomy.ru/index.php/nomer-2/ekonomika-i-upravlenie-predpriyatiem> (accessed: 02.02.2022).
6. Leonidova E.V. The impact of the COVID-19 pandemic on the tourism sector in Russia. *Bulletin of Omsk University. Series «Economics»*, 2021, vol. 19. no. 3, pp. 118-131.
7. Mutavchi E.P., Semenova L.V. Urban tourism is a driver of impressions economics. *Science and tourism: strategies of interaction*, 2017, is. 6, no. 4, pp. 4-12.
8. Sushkova N. The impact of personnel potential on investment attractiveness in tourism. *Modern economy: problems and solutions*, 2019, no. 6, pp. 78-87.
9. Sushkova N. Tourism product sales technologies focused on the impression economy. *Modern economy: problems and*

solutions, 2019, no. 8, pp. 50-63.

10. Sushkova N.S. Financial and investment activities in the travel industry. Tutorial/ N.S. Sushkova. Voronezh, Kvarta, 2019.

11. TASS: 09.12.2021-12:10. Postcovid rehabilitation in the Stavropol Territory was passed by 83 thousand people. Available at: <https://tass.ru/obshchestvo/13154437> (accessed: 09.12.2021).

12. Yakovlev A.A., Balaeva O.N., Predvoditeleva M.D., Misihina S.G., Ershova N.V. Crisis or new reality: the impact of the

pandemic on the Russian tourism sector. *ECO*, 2021, no. 5, pp. 53-76.

13. Omicron May Double Risk of Getting Infected on Planes, IATA Says Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-12-22/omicron-at-least-doubles-risk-of-getting-infected-on-a-plane> (accessed: 02.02.2022).

14. Rodríguez-Antón J.M., Alonso-Almeida M. d. M. COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain. *Sustainability*, 2020, vol. 12, iss. 20.